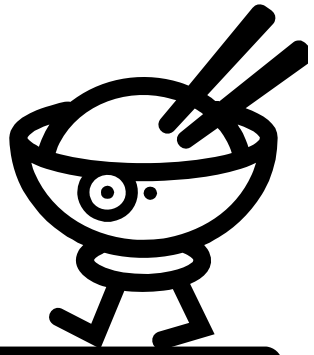


あなたの「いま」を一歩動かす、現実を動かす具体的な一手。

ライスワークメソッド
～飯が食えねば夢は叶わぬ！
創造的破壊メソッド速習講座～

講師

原田翔太

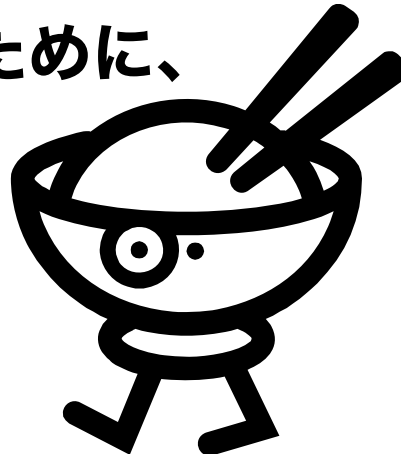
UNITED LINKS JAPAN

今日お話しすること。

１．創造的破壊プロジェクトで伝えてきたことを特にライスワークに特化してダイジェストにまとめて。

２．僕らがこのプロジェクトを通じて成し遂げたいことのおおまかな話。

３．みなさんが自分の人生の第一歩を歩きだすために、知っておいてほしいことなどを。



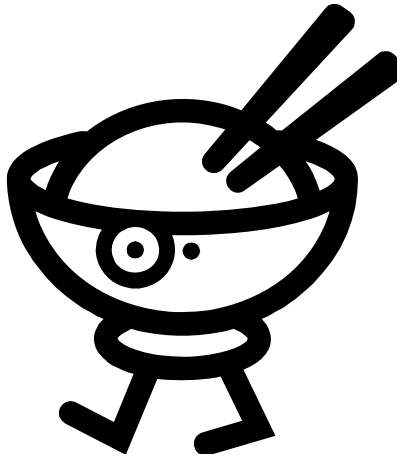
Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

これからのネットビジネス

１．大半の人は死亡。特に評論・噂話系は全員消える。

２．勝てる理由を作り続けたやつだけが食える。

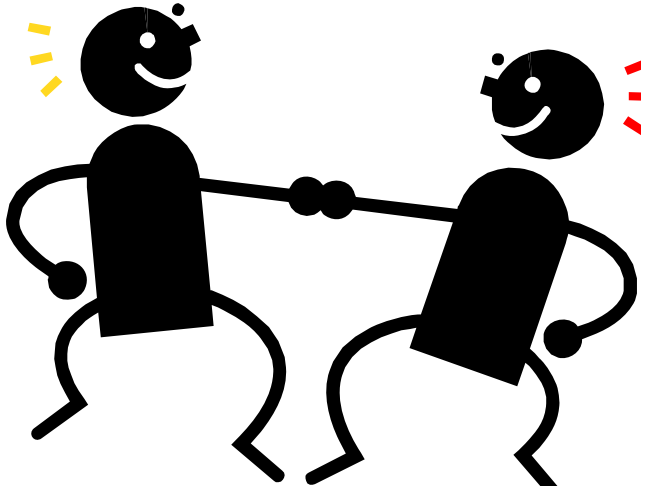
３．勝てる理由の作り方を教える。



Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

僕たちが今やろうとしている「融合」の正体とは？

異文化と握手。融合。フュージョン。



「見たこともない掛け算」から「見たこともない世界」を生み出す！

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

異世界と握手！

きわめてネットよりのマスメディアプロデューサー（長倉）
×
きわめてマスよりのネット系プロデューサー（原田）
×
ネットを極めたネットヒーロー（和佐）

＝イデアパブリッシング

つがうもの（共通言語）＝ダイレクトマーケティング、ロックカルチャー、アウトロースタイル

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

こいつらがやるぜ！

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

進化の法則：過去ネットビジネスを進化させてきた融合を検証してみる。

（１）情報系ＡＳＰの台頭（2005年インフォストア、2006年インフォカート、2007年インフォトップ）
（２）ツタヤビジネスカレッジ（2006年～）
（３）情報系著者の大量デビュー（2007年～）＊メルマガ系著者の大量デビュー2003年～
（４）ライフスタイル系教材の大ヒット（2008年～）
（５）米国系メソッドロジー（最近だとプロダクトロンチ2010年あたり～）

すべて、「融合」から新しいスタイルが生まれている！業界を進化させるのは「異文化」の侵食であり、そことの接点から生まれる融合に他ならない！

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

自分だけの方程式を作れ

- 多くの人は「再現性」を求めて取り組む。
- しかしここが大きな落とし穴。
- 「ぶっちぎり」の人たちは、みんな「再現性がない」ことをやってる。
- 簡単にまねできてしまうようなことをしてもしょうがない。
- 再現しやすい環境が整っているからこそ、「自分だけの方程式」を作ることでしか根本的な差別化や、参入障壁は構築できない。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

個人がテンプレートモデルに はまるとか、本当にクソ。

- 大企業以下。
- 古くて寝ぼけたやつにお金も人も集まるわけがない。
- 古典を極めるなら学者レベルでやらねばダメ。
- 我々は、実践者としてセオリーを使い、「独自文法」を生み出し、世の中を進化させることができる存在であると認識する。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

あなたに知っておいてほしいこと。

・何度でも、どんな分野でも、いつでも戦える本物の武器を手に入れてほしい。

・アフィリエイトでも、情報ビジネスでも、コンサルでも、出版でも、企業経営でも結果を出してきたから言い切れる。

・アフィリ：サイトアフィリエイト黎明期からはじめて月商500万、メルマガ系アフィリでもキャンペーン上位入賞何度も、情報販売主要ＡＳＰ月間1位何度も、20代コンサルだとおそらく日本一、20代ビジネス系著者では書籍出版数日本一、創業に関わったＳＥＯベンチャーは現在日本2位（成長率首位）。

・一つの真実を手中に収めれば、どんな世界でもいける！何度でもチャレンジできる！どこにだっていける！

・「まやかし」のアプローチから目をさましてほしい。惑わされているのムダ。
何が「正しい」か、自分の中の、自分だけの価値基準を作ってほしい。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

自分だけの「絶対領域」で戦えるように

- 必要なのは、「絶対領域」。
- 間違っても、「その場で今すぐ使えるノウハウ』ではないことが多い。
- だが、そういうもののほうが、価値的だということを知っておいてほしい。
- 一生使える、本物の教養、そして、本物の知恵。これが本物の武器になるから。
- ロンググラスティングで、ゴーイングコンサーンありきな展開へ持ち込め。
- 理由は、長くやり続けるだけでトップ2割には確実に入れるから。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

マッドサイエンティストになれ！

【インプット】
- 新書を高校時代に300冊読んだ。
- 小説を大学時代に200冊読んだ。
- 映画は起業後1年で300本見た。
- アダルトビデオは毎月100本は見た。
- 漫画は2000冊読んだ。（この半年で1000冊はやった。）
- ビジネス書3000冊読んだ。（4年間くらいかけた。）

【アウトプット】
- ウェブサイトは1万ページ以上作った。(ドメイン数で1000個くらい。)
- メルマガは1000本以上は余裕で書いた。
- コピーは500本は余裕で書いた。
- リストは80万くらいは集めた。
- セミナーは100回やった。
- 人には1万人以上会っていた。（名詞数ベース）

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

マッドサイエンティストになれ！

【アウトカム】
・史上最年少記録をたくさん作った（all about SMBCコンサルティング講師など）
・22歳で1億稼いだ。
・23歳で日本一のアフィリエイトスクールを主宰した。
・セミナーに5000名以上を集客し、話をした。
・40リストで3500万円売り上げた。
・出版数が一番多い20代ビジネス著者になった。
・たぶん現時点で日本一テレビ露出をしたネット起業家

【結論】
・原因があって結果がある。
・ヒント：あなたの中の「サイコ」（狂信性）を引き出せ！
・そこから「セルフ」（自己）へ回帰できれば、レベルが上がる！いま、あなたに必要なことは「狂う」ことかも！？

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

マッドサイエンティストになれ！

- 「無駄なこと」をやってみる。
- 必要だからやること
- 楽しいからやること
- このバランスがないと、つまらない人間になっちゃう。
- オフラインビジネスでも「楽しいからやっている」人のほうが圧倒的にうまくいく。
- 「楽しいからやること」を増やしていくと、色々な世界をまたげるようになる。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

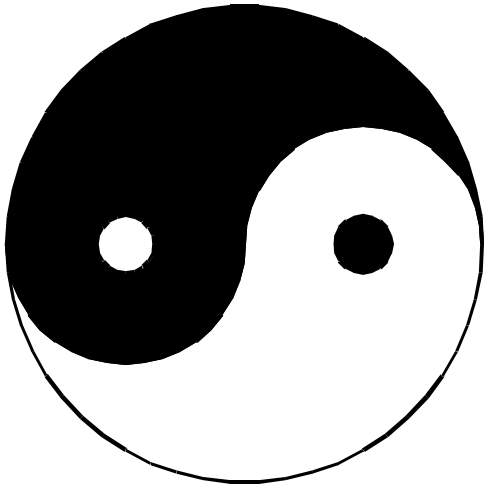
やりたいこと分からない？

- 問いかけをしてみよう。
- 誰のため
- 何のため
- なぜ俺が？
- あなたの「黙っちゃいられないな」レベルの怒りは？
- コンセプトは「ネガティブパワー」から生み出す。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

ライフワークとライスワークを重ねろ！

- 段階1：ライスワーク（エゴ）
- 段階２：ライフワーク（ソウル）
- 段階３：ライブワーク（セルフ）



Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

噂話サークルから、
今すぐ抜け出せ！

・集団には大きくわけて３つある。

- 「過去」を話す集団・・・愚痴系。
- 「今」を話す集団・・・噂話も多い。
- 「未来」を話す集団・・・創造的。

「過去」は黙って向き合うもの。語ることでカタルシスを感じても、未来を生み出せない。そのループから抜け出し、付き合う人間を変えないと永久にライスワークすらできないよ。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

トッププレイヤーは「自己洗脳」の天才たち。

- 聞いた話：Mr.Xのすごさ。
- 見た話：川島和正のすごさ。
- 感じた話：その他すべてのトッププレイヤーたちの「自己洗脳」ぷり。
- 信じるものしか、現実を変えられないという真実。
- 「宗教」みたい？そうかもね。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

いま、業界のトッププレイヤーが陥っているジレンマの正体とは？

・狭い狭い矮小化した世界の小さな王様（小山の大将）

・「外の世界」への出方が分からないので八方ふさがり。

・同じルーチンをひたすら単純反復し、パフォーマンスを上げ続けることでしか自己証明ができない。

・新たなチャレンジがない。

・たぶんつまらない。つまるんだったらＯＫだけど。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

想像からしか創造は生まれない。

- だが、ときにイメージはダメージとなる。
- 想像力の範疇が、創造の限界を決めてしまうからだ。
- だから、僕たちはよりいっそう想像力をはぐくまなければいけない。
- 断言できるのは、妄想癖がある人間のほうが夢を叶える。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

想像には「種」が必要だ。

- 想像の種をはぐくむためにあなたができること
- 実は『詰め込み式』はあながち悪いものじゃない。
- あるいは「常識を超えた、ぶっ飛んだ体験」。
- 自分の想像の範疇を拡張する学びをしていく。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

情報価値が下がる現代で、どうやって価値ある情報を発信するか？（アフィリエイター向け）

- 基本的に情報流通機能部分の価値を高めるには、川上に立つしかない。
- であればそれ以外の「価値」を追求するしかない。
- あなたにしかできないこと、伝えられないこと。あなたの媒体の必然性を求めていけば、オンリーワンの「絶対領域」で戦うことができるようになる。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

いま、成功している人がやっていること
（情報起業系、アフィリエイト系）

・顧客リストを増やすための動きをがんばる。

・成約率を上げる（媒体求心力を高める）ために頑張る。

・情報の川上に立つために頑張る。

・パートナーとの関係値を構築する。

・非対人系（主に技術系）を強くする。

この５つ以外基本的にはない。逆に言えば、この５つの焦点だけで成功できる。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

7種のライスワークで成功するためのヒント。

アフィリエイト
オークション
情報販売
動画撮影編集
デザイン
コピーライティング
プログラミング

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

アフィリエイト。

- 基本的には情報流通促進・・・「間」の存在。
- 「どこ」で売るか？価値創出ポイントを押さえよう。
- ただの横流し　×
- 機能的価値
- 心理的価値
- 人間的価値

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

アフィリエイト。

- 「メルマガアフィリ」全盛だが、簡単すぎるがゆえ他の手法に目がいっていない。
- サイトアフィリエイト・・・やっぱり王道と思う。量産型は死亡。コンテンツに軸足を置いた息の長い「資産価値の高い」取り組みをやるべし。
- 携帯アフィリ・・・コツさえ使えばすごく簡単。まだいける。コンテンツ的差別化がたいしていらないので、集客のボトルネックさえ押さえられればマジでいける。

ここらへんも視野にいれて取り組んでみるといいと思う。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

オークション。

- 基本的には「差額取引」・・・安く仕入れ、高く売る。
- 最終的には古物商化する必要がある。お小遣いレベルなら最強に簡単。
- 安く仕入れることができる場所は？
- 高く売ることができる人たちは？
- 利益が出やすい商材は？
- リピートが出やすい商材は？
- システム化して回すには？

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

情報販売。

基本的には、「情報格差」商売。

・高く売れる情報、安くしか売れない情報がある。

・高く売れる情報は「絶対領域」系の情報。

・長いレターは必要がない。存在証明さえできれば極論売れる。

・「情報」を売ろうとしてはいけない。無機質になり、機能価値で判断されるようになるから。これが意外と知られていないが、秘訣。「ネタ」で選ばれるのはデビュー時だけ。そのあと売れている人は「人」で選ばれている。特に長く売れている人ほど「人」で選ばれている。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

情報販売。

この領域を目指すとよい。

・独自決済で売れる。

・アフィリエイターを使わないでも売れる。

・長いレターを書かなくても売れる。

・予約販売でも売れる。

・これをやるには一度数を集めたあと、絞り込みをかけて濃い相手に対して商売をしていく必要がある。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

動画撮影編集。

基本は「技術差分取引」＋「労力（時間）代行」

- 参入障壁は鬼低い。
- 実は超簡単。（3日であらかた覚えられるレベル。）
- 極めるのは超大変。だけどライスワークレベルならすぐにでも飯が食える。
- ユニークな切り口を作れれば、独自ブランド化が可能。
- 実は原田もＪＶで参入予定。（儲けよりはライフワーク系）

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

デザイン。

基本は「技術差分取引」＋「労力（時間）代行」

・バリューを「心理」＋「人」にもってこれればいくらでも取れる。

・イデアのロゴ：300万近く（相場：10〜20万程度、それなりで50万）

・セールスレターページ：100万円（最低）〜（相場：25万程度）4倍！

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

デザイン。

- 「選ばれるデザイナー」にならなければデザインでの大儲けは相当厳しい。

- ただ、ライスワークレベルであれば、関係性構築技術＋コミュニケーション技術があれば食えるようになる。

- 「デザインの価値」はしゃべることで証明するしかできない。（付加価値証明）

＊もちろん専門技能職で、実用系動画よりも精緻な調整が必要なので勉強しなければいけないことは多い。動画もデザイン技能が土台にあるとクオリティがあがる。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

デザイン。

・原田の教材デザイナーは事実上ほぼ専属。（大手企業のも受けている）

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

コピーライティング。

基本は「技術差分取引」＋「労力（時間）代行」

- 「その人しか紡げない言葉」が紡げれば価値に。
- 「売れるコピー」をゴールにしなくても物書き仕事は成立する。
- 「成約」を目指す仕事だと「機能的価値」のみに陥りがちなのできついよ。
- ここも「心理的価値」や「人間的価値」でやれれば楽勝。
- 成果報酬でもいいし、一発100万でもいい。
- 専属になれれば相当食える。大企業下請け系はジリ貧で死滅すると思う。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

プログラミング。

基本は「技術差分取引」＋「労力（時間）代行」

・内実がエンドユーザーには見えにくい分野。

・技術力とスピードが最終的には求められる。

・4人分の仕事を1人でできるスーパーエンジニアたちもいる。

・事実、そういう人たちは月収300万くらいいく。

・いかない人は技術＋スピードが中途半端な人。

・だからといって食えないわけではない。ライスワーク化すればよい。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

プログラミング。

- 結局はアイディア勝負。設計力（哲学）勝負。それができれば強い。
- 最弱は「なんでも作れますよ〜！」系。たいしたヤツいない。クソ率高し。
- 現実社会でつくる「道具」を作る職人だから。
- 「世界」を生み出す職人になれれば余裕で億を稼げる。それができないならば、武器職人、道具職人になる。
- マーケター、プランナーなどと組む。開発費負担して、タダで作り共同販売する。これ以外ない。
- 受諾系でもいいけど、一人でやった場合人工が稼げないので苦しい。ＰＭ化すると今度は責任が重たいのでライスワークオンリーになっちゃう。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

クソみたいなブログやメルマガは今すぐ捨てなさい。

- 見ていると本当にしょうもないブログやメルマガが多い。本当にひどいレベル。成約するわけがない。いくら続けても無駄。
- 面白くないから、結果が出なくて当たり前。
- 独り言でもいい。他人に聞かられるレベルまで磨け。
- 言葉がない。他人の言葉の整理に過ぎないブログが大半。自分で語れ。そのためのスキルは情報商材やツールでは磨けない。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

自分のビジネスのボトルネックを把握しなさい。そして一点に集中しなさい。

・自分の取り組んでいるフィールドで、成功者と、そうでない人を分けている要因を、極めて現実的に見定めなさい。

あなたがフォーカスすべきポイント

●その分野における
うまくいくためのポイント、うまくいかないポイント

・卑屈になることなく。シンプルに構造だけを抜き出しなさい。

・そして、自分と他人との「差」を知りなさい。それが「悟り」に変わるまで、忠実に差を埋めなさい。で、「取り組むべき焦点」を明確にし、そこに８割以上のリソースをさいてほぼ全力で取り組みなさい。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

付加価値の取扱説明書（トリセツ）。

- 機能的価値
- 心理的価値
- 人間的価値
- あなたが「付加」できる価値は？

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

付加価値の科学的創出法

（しかしテンプレートに陥らないように！）

- ３Ｆの法則
- 3種の神器

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

３Ｆの法則で戦う。

- Face（見た目）・・・見た目やインタフェイス。感覚系。
- Forcus（焦点）・・・どこに着目するか。切り口。
- Foe（仮想敵）・・・理念・哲学、設定上の仮想敵。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

三種の神器で差別化を行う。

・コンセプト

・キャラクタ

・ストーリー

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

あなたを語る強烈なコンセプト作り。

- 現代は「モノ」を買っているようで、「コンセプト」を買っている。
- コンセプトとは、言い換えれば「虚像」化された概念。或いは虚構そのもの。
- しかし、ここに「心理的価値」があるので、モノが売れる。

Cf：Panasonic LUMIX、Laica

- 参考図書：「ハイコンセプト」

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

強烈な「一語」を紡げ。そこに引力が生まれ、人が集まる。

・コンセプチュアルなものは、短いパンチのきいた「刺さる言葉」でなければいけない。

・冗長なものは、説明的であるため、感覚野に入っていかないため。

・「考える」ことなくして、「感じられる」ものが理想。

Ex:創造的破壊、シンクロニシティ

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

文法理解講座：
「ひろげる」と「せばめる」。

・ひろげる（潜在ニーズ、マスマーケ）

・せばめる（顕在ニーズアプローチ、ダイレクトマーケ）

・「人を動かす」→営業マンのための心理トリック交渉術

・「創造的破壊プロジェクト」→「あなたもできる！いまいちイケてない人たちのためのクリエイティブかつパワフルな破壊力のあるビジネス創造方法講座」

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

あなたのキャラクタを圧倒的にとがらせて圧倒的に稼ぐために。

- Cool（クール）
- Hot（ホット）
- Eccentric （エキセントリック）

＋

- 女性性＋男性性のパターン（男男、男女、女女、女男）

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

あなたのビジネスにストーリーを。

- ストーリーには２種類しかない。
- 自分自身のストーリーと、お客さんに魅せるストーリー。
- 自分を語る文脈もある種の「ストーリー」。
- 「創造的破壊プロジェクト」の２年間も全て「ストーリー」。
- 共有するエピソードが、その世界の住人化を促進する。強いビジネスブランディングのヒントはストーリーにあった！
- 参考図書：ストーリーとしての競争戦略、神話の法則

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

価値の流動化を起こせ。

そのためのシンクロニシティ。

- これまで「あっち」にあった価値を、「こっち」に持ってくる。それだけ。
- だからこそ「異世界と握手」と主張している。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

潜在ニーズ・顕在ニーズの違い

・顕在ニーズ（ダイレクトマーケティング系）・・・一人の悩みに焦点
・潜在ニーズ（マスマーケティング系）・・・サイレントマジョリティに焦点

・この2種類の文法を取り込むこと。

・それが創造的破壊プロジェクトでずっと伝えてきていること。

・そして原田と和佐という似て非なる2人の講師が組んだ意味、価値。

・「声なき声」を拾い上げ、言語化・可視化することで「代弁」する。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

ビジョンを示せ。人から借りない、オリジナルリーダーになれ。

- ビジョンというとうさんくさいかも。
- 一言で言えば、「腹で語るお前の生き方」
- 意味・目的で、未来を指し示す。
- リーダーになるための必須条件。
- 旗を掲げろ。仲間を集めろ。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

プロセスは1日で把握できる。
効率の良い学び方。

～なんちゃってマスターレベルへ最短距離で駆け上がる方法～

- その業界の「相場」を把握する（その業界の相場が手に入る情報を入手する。）
- キープレイヤーを把握し、その中からベンチマークモデルを抽出する。
- ベンチマークモデルの成功要因を抽出する。
- それをうめるための手順を確認する。
- ３案件くらいやってみる。
- そこで漏れている事項をつぶす。

～達人領域への布石～

- ベンチマークモデルの「師匠」を突き止め、古典領域へ侵入する。

言語の壁も超えられるとなおよいかも。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

「古くて寝ぼけた業界」をぶち壊そう。

- 破壊の視点、創造の思考。
- まずは「破壊できる一点」を見つけ出すこと。（リサーチ）
- そして、「誰も見たことのない主張」を始めること。
- 真新しい必要はない。「真新しく見えれば」いい。（弁証法的アプローチ）
- 「仲間」を集めて、コミュニティ単位からの発信を行う。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

人のネガティブ（不条理）に注目しよう。

- 破壊の一点は、「人のネガティブな感情」にフォーカスすると見えてくる。
- だからこそ、僕たちは「不条理」を自分の中に取り込んでいく必要がある。
- 反射拒否反応的に、物事を否定してはいけない。虚と実。清濁併せ飲むように。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

なぜ僕らは「ストーリー」を主張するか？ストーリー型消費の正体（自己投影消費）

- 現代の消費＝自己投影型消費
- 圧倒的「みんなのカリスマ」が消滅。
- 「俺と、君」の関係性を構築できる「小さなコミュニティリーダー」の時代に。
- 「小さな絶対領域」で、戦える。（波動スピーカー）
- 「誰かの代弁者になる」といつも言っているのはこういうこと。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

異世界と握手から、
「まだないカテゴリ」を生み出す。

- 「まだないカテゴリ」は、その分野のパイオニアになるので、圧倒的な参入障壁を作れる。
- ３Fの法則で作れる。
- ３Fの法則は、頭の中の「事例データベース」からずらし方のモデルパターンをひぱりだす。
- ゆえに、経験値がモノをいう。事例力がモノをいう側面がある。
- だから、観察眼を鍛えられる生き方をしていこう。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

まとめ

ビジネスは文化作り、
ビジネスは仲間作り。

- 文化を創るマーケティング＝創造的破壊メソッド
- 見たこともない、新しい世界を出現させることができる。
- その原点は、あなたの想像力。
- シンクロする中に、その種を見つけよう。
- ヒントは、「異世界と握手！」
- あなたらしく、あなたにしかできないことをやろう。未来を創ろう。

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.

最後に

「こころを伝えるマーケティング」

これを目指していきましょう。

僕は、愛と、情熱と、信念と勇気でやっていきます。

みんなも、ぜひ、こころで世界とつながってください！

Copyright(C) 2011, UNITED LINKS JAPAN Inc. All rights reserved.